DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Depan Skripsi i

Halaman Judul Skripsi ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme iii

Halaman Pengesahan Skripsi iv

Halaman Pengesahan Ujian Skripsi iv

Halaman Persembahan v

Abstrak vi

Abstract vii

Kata Pengantar viii

Daftar Isi xi

Daftar Tabel xv

Daftar Gambar xvi

Daftar Lampiran xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 4

1.4 Manfaat Penelitian 5

BAB II KANJIAN PUSTAKAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 6

2.1 Kajian Pustaka 6

2.2 Perbankan Online 6

2.3 Keterlibatan Pelanggan Terhadap Merek 7

2.4 Pengalaman Merek Secara Online 10

2.5 Kepuasan Terhadap Merek.....12

2.6 Loyalitas Merek.....13

2.7 Hipotesis.....14

2.8 Model Konseptual Yang Diusulkan

.....15

BAB III METODE PENELITIAN 16

3.1 Lokasi Penelitian

.....16

3.2 Populasi dan Sampel 16

3.3 Definisi Operasional Variabel.....18

3.3.1 Keterlibatan Pelanggan Terhadap Merek.....18

3.3.2 Pengalaman Merek Secara Online.....19

3.3.3 Kepuasan Terhadap Merek.....19

3.3.4 Loyalitas Merek.....20

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data 20

3.5 Metode Analisis Data 24

3.5.1 Analisis Deskriptif.....24

3.5.2 Analisis Statistik.....24

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....29

4.1 Analisis Deskriptif Responden.....29

4.1.1 Responden Menurut Jenis Kelamin….....29

4.1.2 Responden Menurut Usia.....30
4.1.3 Responden Menurut Pekerjaan 31
4.1.4 Responden Menurut Pendidikan 31
4.1.5 Responden Menurut Bank yang Digunakan.....32
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Masing-Masing Variabel 32
4.3 Uji Good Fit Pervariabel 33
4.4 Penilaian Konsumen Terhadap Variabel 34
4.5 Uji Kualitas Data 38
4.6 Pengembangan Model Penelitian 39
4.6.1 Pengembangan Model Secara Teoritis 40
4.6.2 Menyusun Diagram Jalur.....40
4.6.3 Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Struktural.....41
4.6.4 Input Matriks dan Evaluasi Struktural 41
4.6.5 Identifikasi Model Struktural.....42
4.6.6 Menilai Kriteria *Goodness of Fit* 43
4.6.7 Interpretasi dan memodifikasi Model..... 45
4.6.8 Pengujian Hipotesis 45
4.7 Pembahasan dan Implikasi 49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 54
5.1 Kesimpulan.....55
5.2 Saran.....56
DAFTAR PUSTAKA.....58
LAMPIRAN 60

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 23

3.2 *Goodness of Fit* 28

4.1 Responden Menurut Jenis Kelamin.....30

4.2 Responden Menurut Usia 30

4.3 Responden Menurut pekerjaan.....31

4.4 Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....32

4.5 Responden Menurut Bank 32

4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Masing-Masing Variabel 33

4.7 Goodnes of Fit Masing-Masing Variabel.....34

4.8 Kriteria Penilaian Responden.....35

4.9 Hasil Analisis terhadap Keterlibatan pelanggan terhadap merek.....35

4.10 Hasil Analisis terhadap Pengalaman Merek Secara Online 36

4.11 Hasil Analisis terhadap Kepuasan Merek 37

4.12 Hasil Analisis terhadap Loyalitas Merek 38

4.13 Uji Validias CFA dan Realibilitas.....39

4.14 *Computation of Degrees Freedom* (Default model).....43

4.15 Hasil Uji *Goodness of Fit Indeks* 43

4.16 Hasil Uji Hipotesis 45

4.17 Pengaruh Variabel Bebas 53

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Kerangka Penelitian 15

4.1 Diagram Jalur 40

4.2 Model Persamaan Struktural 41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1 Kuisioner Penelitian 59

2 Data Uji Instrumen 67

3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen 69

4 Data Analisis 73

5 Uji Validitas dan Reliabilitas Masing-Masing Variabel 82

6 Statistik Desakriptif 85

7 Uji Validitas dan Reliabilitas Struktural 87

8 Pengujian SEM 88

9 Uji Outlier 89

10 Degree Of Freedom (Deafault model)..... 92

11 Uji Hipotesis 93

12 Pengaruh Variabel Bebas 94